

Аблынина В. И.

*г.Екатеринбург, Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

РОЛЬ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В ПРОДВИЖЕНИИ ЦЕННОСТЕЙ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «LET EAT BEE»

Статья описывает, как умело продвигать ценности, благодаря правильно разработанному фирменному стилю. Фирменный стиль как маркетинговый инструмент для формирования имиджа компании «Let eat Bee». В данной статье рассматривается понятие и роль фирменного стиля для компании, его основные функции, структурные элементы, а также его преимущества, которые он предоставляет организации.

Ключевые слова: здоровье, правильное питание, экологически чистое питание, ценности, фирменный стиль, правильный бизнес.

Ablynina V. I.

*Yekaterinburg, Ural Federal University named after the first
President of Russia B.N. Yeltsin*

THE ROLE OF FIRM STYLE IN THE PROMOTING VALUES ON THE EXAMPLE OF THE COMPANY «LET EAT BEE»

The article defines how properly designed corporate identity. Corporate identity as a marketing tool for the formation of the image of the company «Let eat Bee». These are the main functions, structural elements, as well as its advantages, which it provides to the organization.

Keywords: health, proper nutrition, organic nutrition, values, corporate identity, proper business.

Аблынина В.И. Роль фирменного стиля в продвижении ценностей на примере компании «Let eat Bee»

Что делает компанию уникальной, запоминающейся и перспективной? Фирменный стиль играет большую роль в создании какого-либо бренда, продукта или компании.

Очень важно понимать на что будет нацелена компания, в какой стилистике будет взаимодействовать с потребителем и внимание чьей аудитории она хочет завоевать.

Фирменный стиль — единство элементов стиля, идентифицирующих принадлежность всего, на чем размещаются эти элементы (товары, средства коммуникации, коммуникационные сообщения) к конкретной фирме и отличающих ее от конкурентов.

Фирменный стиль является основой коммуникационной политики фирмы, поскольку обеспечивает визуальное и смысловое единство товаров и услуг, всей исходящей от фирмы информации. С одной стороны, фирменный стиль обеспечивает, единство всех изделий фирмы, а с другой стороны, фирменный стиль противопоставляют фирму и ее изделия конкурентам и их товарам.

Фирменный стиль является одним из инструментов формирования бренда и одновременно — элементом брендинга. Понятие фирменного стиля тесно связано с понятием имиджа. Фирменный стиль — это средство формирования имиджа фирмы, отличающее фирму, подтверждающее надежность фирмы.

Фирменный стиль компании «Let eat Bee»- это яркие и сочные цвета со сдержанным текстом, именно цвет призывает потребителя подключится к движению здорового и разумного питания. Именно цвета формируют имидж компании «Let eat Bee», они наглядным образом отражают, чем конкретно занимается компания и что распространяет.

Дизайн, который прослеживается на упаковках и печатной продукции продвигает правильные ценности, а именно контроль над здоровьем.

Цвета, графические объекты, как соты и пчелы подсознательно отправляют каждого человека глубоко в детство, возникает ассоциативный ряд пчелы-мед-полезно. Ведь именно с детства родители прививают нам «привычку» правильно питаться и следить за здоровьем. Разработанный логотип для компании «Let eat Bee» имеет желтый, черный

и белые цвета. Такая цветовая гамма выбрана не зря. Благодаря семантике данных оттенков и видя изображение на логотипе компании, человек проводя аналогию понимает, что компания производит продукты питания.

Логотип ассоциируется с имиджем бренда, его продуктами. Если потребитель в первые сталкивается с разработанным продуктом, то прежде всего он смотрит на логотип. Разработанный логотип полностью отражает, чем занимается компания, что призывает потребителя к доверительному отношению к данному бренду.

Здоровое питание — это питание, обеспечивающее рост, нормальное развитие и жизнедеятельность человека, способствующее укреплению его здоровья и профилактике заболеваний. Соблюдение правил здорового питания в сочетании с регулярными физическими упражнениями сокращает риск хронических заболеваний.

Питание современного человека — это сбалансированный и правильный набор продуктов, витаминов и микроэлементов. Именно, качественные продукты должны соответствовать типу организма и его потребностям. В условиях активного ритма жизни большинству людей не хватает «здоровых», экологически чистых и полезных продуктов.

Главной целью компании «Let eat Bee» является производство продуктов высокого качества. Ценностями компании является забота о здоровье потребителя и предотвращение проблем со здоровьем.

Привить положительное и доверительное отношение потребителя к системе правильного питания, главная задача компании «Let eat Bee».

История меда, как лечебное и укрепляющее иммунитет средство уходит корнями в глубину тысячелетий. Достоверно известно, что дикий мед добывали еще 15 тыс. лет назад, в раннем каменном веке очень ценился. Именно этим возрастом датируется рисунок, обнаруженный в Аранской пещере (Испания), неподалеку от испанского города Валенсия. На нем изображены люди, взобравшиеся по веревкам к отверстию на высокой скале. Один из них достал оттуда сот и переложил в корзинку, а вокруг людей в это время летают пчелы.

История происхождения меда, зафиксированная в письменных источниках, начинается 5 тыс. лет назад. Речь идет о древнеегипетских папирусах, повествующих о кочевом пчеловодстве местных жителей. В верховьях Нила период медосбора наступал раньше, поэтому сначала пчел перевозили к истокам этой реки, ульи устанавливали на плоты, которые медленно сплавлялись вниз по Нилу. Пчелы собирали нектар с растений по берегам реки, а затем возвращались на плоты. Вероятно, пчеловодство в Древнем Египте было весьма уважаемым занятием. Достаточно сказать, что, начиная с 3200 г. до нашей эры на гербе фараонов всегда присутствовали пчелы.

Первым в истории меда научным трудом, посвященным пчелам, можно считать многотомное произведение «Анабасис» греческого ученого Ксенофонта. Еще 2,4 тыс. лет назад он впервые описал жизнь пчелиного улья, а также изложил лечебные свойства меда.

Эти исследования продолжил философ и ученый Аристотель, который и сам занимался пчеловодством.

Испокон веков именно мед считается полезным продуктом для здоровья почти каждого человека, который служит профилактикой и лечением различных заболеваний.

Сеть магазинов «Let eat Bee» будет осуществлять деятельность, связанную с производством экологически чистых и полезных продуктов на основе меда.

Созданный фирменный стиль для компании «Let eat Bee» полностью отражает, чем занимается компания и какие имеет ценности. Фирменный стиль призывает отказаться от вредных привычек и находить время для здорового и правильного питания.

Научный руководитель — Е.А. Попов